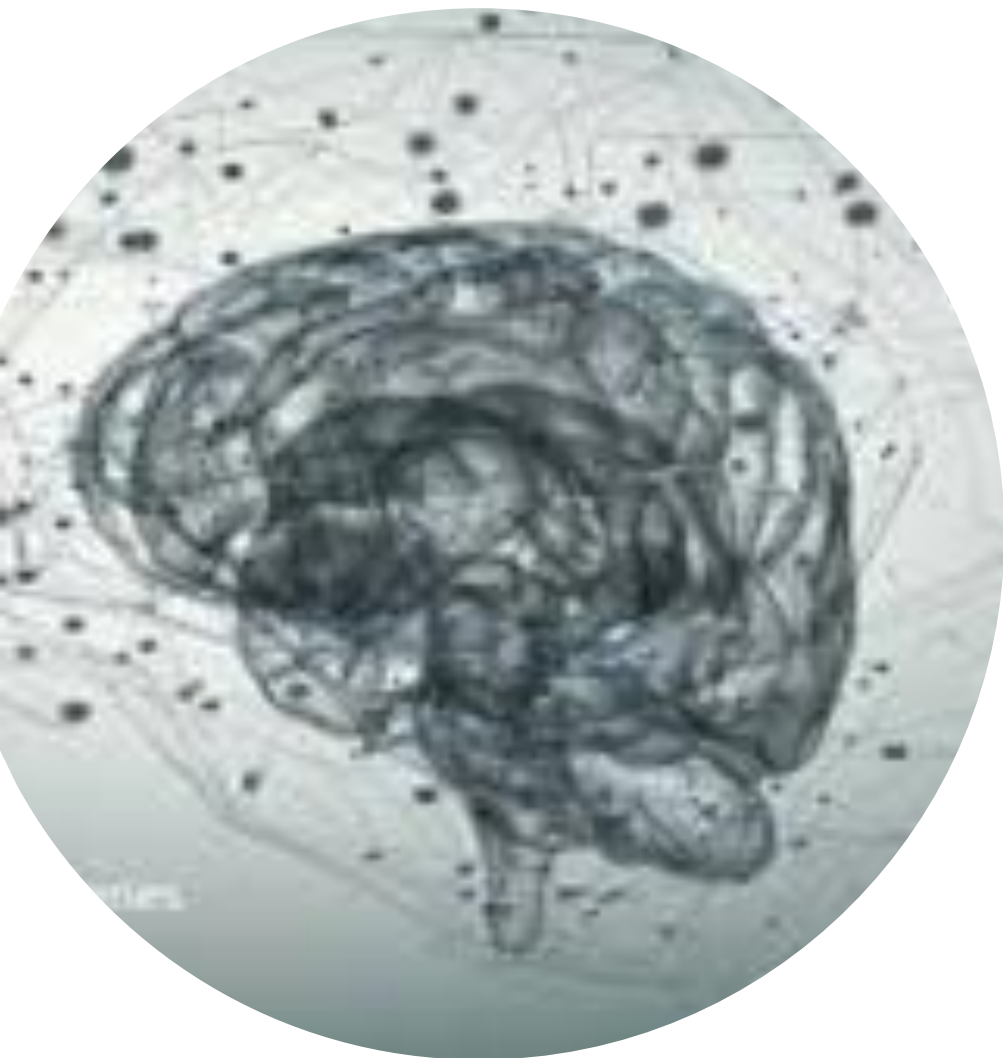


# Webinar 2

FREMTIDENS KLINIK,  
DER MATCHER PATIENTENS BEHOV

20. Oktober 2020

# Klinikken 2025



Patienten i 2025 ser

- Faglighed som en selvfølge – ”Hvad kan klinikken gøre for mig” og ikke ”Hvad kan klinikken tilbyde”
- Individuel service og klinikken er ”let” at kommunikere med
- Oplever at tandlægen som mere end en behandler

Derudover skal klinikken kunne absorbere forandringer hurtigt uden at det påvirker drift og indtjening

**Hvordan gør du så din klinik klar, til at matche de behov?**

# Stil dig selv 9 spørgsmål

Drift

Markedsføring

<i>Primære samarbejdspartnere</i>  <b>Hvem er det vigtigt for klinikken at samarbejde med?</b>	<i>Nøgleaktiviteter</i>  <b>Hvad er det klinikken gerne vil tilbyde?</b>	<i>Værditilbud</i>  <b>Hvad gør klinikken unik så kunderne/patienterne altid vælger os?</b>	<i>Kunderrelationer/ Oplevelse</i>  <b>Hvordan skal kunder/ patienter opleve samarbejdet med klinikken?</b>	<i>Kundemålgrupper</i>  <b>Hvilke kunder/patienter vil klinikken gerne have?</b>
	<i>Nøgleressourcer</i>  <b>Hvilke ressourcer og kompetencer har klinikken behov for?</b>		<i>Markedsføringskanaler</i>  <b>Hvordan får klinikken fat i kunderne/patienterne?</b>	
<i>Omkostningsstruktur</i>  <b>Hvilke omkostninger har klinikken?</b>		<i>Budget/mål</i>  <b>Klinikkens budget og tidsplan?</b>		

Økonomi

# Drift 2025



- Hvem arbejder klinikken sammen med?
  - Partnerskabsrelation til leverandører af forbrugsvarer, laboratorieydelse, udstyr og IT
  - Revisor og banker inddrages mere i driften – der er en plan
  - Personlige netværk – erfaringsudveksling/sparring
  
- Har et klart billede af hvad klinikken skal tilbyde
  - Behandlinger
  - Servicekoncept – modtagelse/behandling/afslutning (kunde/patient/kunde)
  
- Klinikken har de rette ressourcer og kompetencer
  - Klinikens personale/kompetencer er tilpasset opgaver/processer
  - Delegation er en integreret del af dagligdagen
  - Administration og organisation simplificeret/automatiseret
  - Kursusaktiviteter og uddannelse

# Økonomi 2025



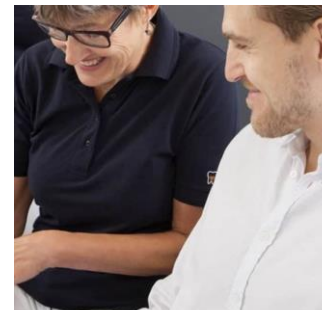
- Økonomisk overblik
  - Der er udarbejdet simple drifts- og likviditetsbudgetter med enkle nøgletal
  - Der er sat økonomiske mål, som involverer nøglemedarbejdere
  - Tæt styring af omkostninger og strukturerede prisforhandlinger
- Hvor tjener klinikken penge (og hvor gør de ikke) – gennemgang af behandlinger/services
- Skatterådgivning – optimér din personlige økonomi

# Markedsføring

## styrker jeres forretning i 2025

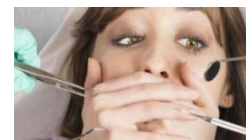
### Resultatet

- Flere nye kunder
- Loyale kunder
- anbefalinger



### Skal "sælge" klinikken

- Fortælle hvordan klinikken matcher kundens og patientens behov





# Klinikkens markedsføring starter med at have et værditilbud, der skiller sig ud

Værditilbuddet fortæller:

- Hvorfor skal man blive kunde på jeres klinik?
- Værdien af samlet behandling og oplevelse netop på jeres klinik
- Hvilke behov og udfordringer I løser for jeres kunder og patienter?
- Hvordan gør I det bedre end de andre?

DANSKE ONLINE KURSER



## Slut med spildtid og dyre fysiske kurser

Træn dine medarbejdere online præcis når det passer ind i en travl hverdag. De slipper for at forlade kontoret - og det koster kun en brøkdel af fysiske kurser.

# Værditilbuddet kan formuleres som budskaber i klinikken markedsføring



Tandlægeskræk  
Smertefri behandling



Investering i dine tænder  
En personlig  
tandplan



Kom bare ind  
Akut behandling  
uden mertillæg



Respekt for din tid  
Ingen ventetid



# Klinikkens kundemålgrupper skal beskrives for at kunne målrette markedsføringen

Klinikken skal forstå hvem dens kunder er?

- Alder, køn, beskæftigelse, uddannelse, adresse, civilstand og adfærd?
- Hvad ønsker de at opnå?
- Hvorfor er I gode til at behandle netop dem?
- Hvorfor kan de lide at komme på klinikken?

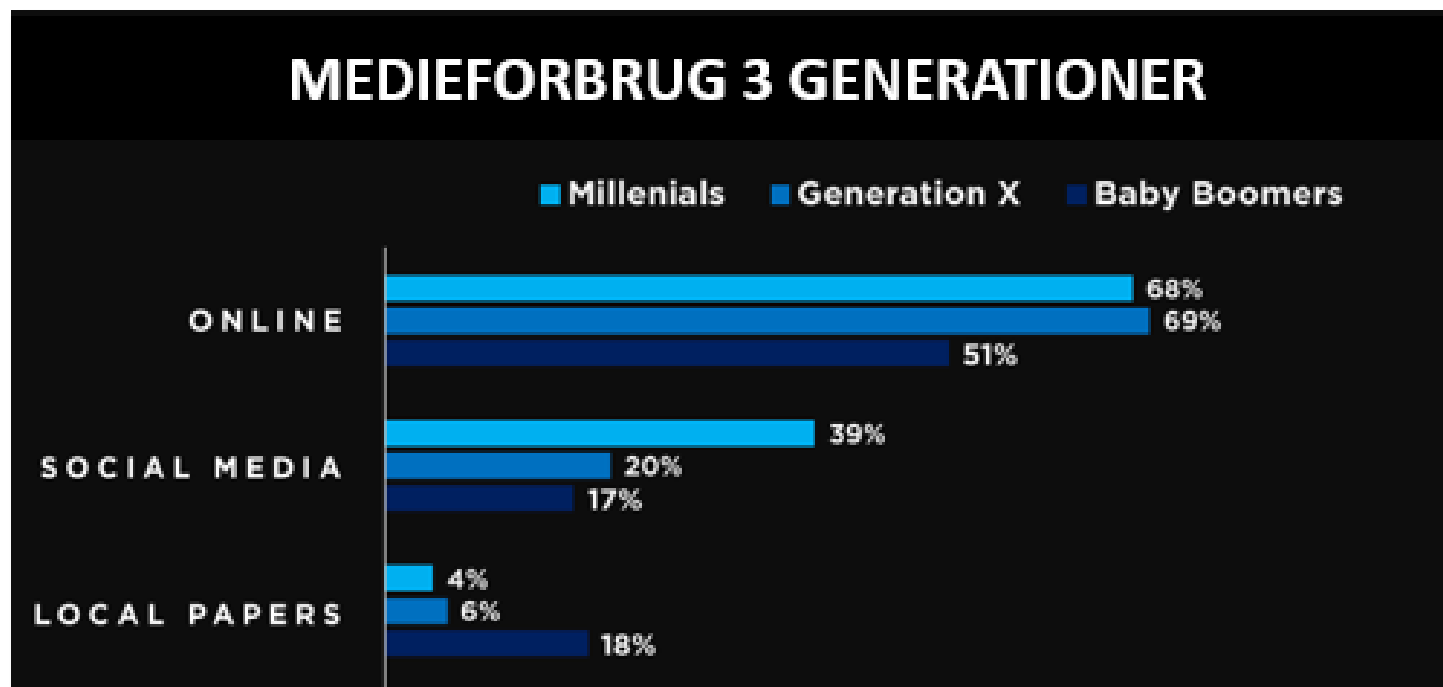
Er mixet af kunder rigtigt fremadrettet?

Understøtter det jeres forretningsmål?

Er der nogle målgrupper I gerne vil have flere af?



# De mest effektive markedsføringskanaler til at få fat i kunderne



- SEO - Google
- Website
- Google Ads
- Facebook Ads
- Instagram Ads
- Egne sociale medier



## Ingen synlighed uden markedsføring på Google!

- Side 1 visning på Google

## Klinikkens website er ansigtet udadtil!

- Folk bruger 3-5 sekunder på en website første gang de besøger den
- Don't make me think!
- Tydeligt værditilbud
- Mobilvenlig – 90% af yngre generationer bruger dagligt deres telefon til at gå på nettet
- Fortæl mig hvad jeg skal gøre!
- Søgeord skal indgå i indholdet
- Understøtte forretningsmål



# Betalt annoncering på Google og sociale medier skaber øget trafik til hjemmesiden



Annonce · www.dentclinic.dk/ ▾

Tandlæge - Fair priser og god behandling

Vi tilpasser vores behandling til dine behov, både de små og de større. Book en aftale her. Ring eller send dit nummer og bliv ringet op. Hos os får du en individuel behandlingsplan.



Få **GRATIS** forundersøgelse inkl. røntgen (værdi op til 2.448 kr.)  
Hos Godt Smil får du tandimplantater i højeste kvalitet - og sparer helt op til 40% sammenlignet med mange andre tandlæger i ...

Få høj kvalitet til en fair pris

**Vi er Danmarks bedst anmeldte tandlæger på Trustpilot™ og er Sygesikring Danmark.**



7,7 tusind personer synes godt om Tandlægerne...  
Spring telefonkøen over og lad os ringe dig op 📞

Bliv ringet op af din tandlæge 🦷

Reservér nu

- Annoncen skal have et relevant værditilbud
- Der betales for klik til klinikens hjemmeside
- Besøget skal konverteres til henvendelse

Vigtigt at vide om investeringen i annoncering giver flere henvendelser og de rigtige kunder!

SAMLET YDELSE	
Klik	290
Visn.	1.550
CTR	18,71%
Gns. CPC	8,42kr
Pris	2.442,46kr
Gns. position	2,3
Konverteringer	0

# Styrk jeres relationer med kunderne gennem egne sociale medier

- Vejen til nye kunder kan gå gennem dem I allerede har!
- Inden start af egne sociale medier?
  - Hvilket udbytte får klinikken ud af at være på Facebook?
  - Hvilket udbytte får kunderne ud af at følge klinikken?
- SoMe ansvarlige på klinikken
- Tjek på indholdet med en plan

Tilstedeværelse på social medier kræver man er aktiv og engagerer kunder og patienter

Er din teenager hjemme fra efterskole i efterårsferien? 🤔  
Så er det en god anledning til at lægge vejen forbi tandlægen 🙌🗨️  
Bonus info 📌 Husk, at unge på 16 og 17 år kan komme gratis til tandlæge hos en privatpraktiserende tandlæge.  
Find din klinik og bestil tid i dag 📞 \n finder vi en tid til et hurtigt tandtjek.  
Rigtig god ferie til alle 😊

**5 GODE RÅD**  
Til dig der spiser frugt, syrligt slik, eller drikker sodavand, energidrikke, juice, saftvand, iste mm.

Book tid i efterårsferien

9. juli 2015 · 🌐  
Vi holder ferie fra i dag og til og med mandag den 3. august 2015. Vi ønsker dig en rigtig god sommerferie. På gensyn.  
👍 3

## Det skal I huske!

1. Værditilbud en forudsætning
2. SEO virker
3. Websitet er mere end jeres visitkort
4. Online annoncering skaber trafik og understøtter SEO
5. Egne sociale medier styrker loyalitet, hvis I gør det rigtigt



# Sammenfatning – sådan bliver du klar til 2025

<p><i>Primære samarbejdspartnere</i></p> <p><b>Hvem er det vigtigt for os at samarbejde med?</b></p> <p>Leverandører af</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Forbrugsvarer</li> <li>- Laboratorieydelse</li> <li>- Udstyr og IT</li> </ul> <p>Revisor og banker Andre tandklinikker Specialtandlæger Netværk</p>	<p><i>Nøgleaktiviteter</i></p> <p><b>Hvad er det vi gerne vil tilbyde?</b></p> <p>Behandlinger Service koncept Kursus aktiviteter Uddannelse</p>	<p><i>Værditilbud</i></p> <p><b>Hvad gør klinikken unik så kunderne/patienterne altid vælger os?</b></p> <p>Personlighed Service Ekspertise Tilgængelighed</p>	<p><i>Kunderrelationer/Oplevelse</i></p> <p><b>Hvordan skal kunder/patienter opleve samarbejdet os?</b></p> <p>Kommunikation Opfølgning</p>	<p><i>Kundemålgrupper</i></p> <p><b>Hvilke kunder/patienter vil klinikken gerne have?</b></p> <p>Baby Boomers Generation X Millennials</p>
<p><i>Nøgleressourcer</i></p> <p><b>Hvilke ressourcer og kompetencer har klinikken behov for?</b></p> <p>Personale Administration Organisering</p>		<p><i>Markedsføringskanaler</i></p> <p><b>Hvordan får klinikken fat i kunderne/patienterne?</b></p> <p>Facebook Google ads</p>		
<p><i>Omkostningsstruktur</i></p> <p><b>Hvilke omkostninger har klinikken?</b></p> <p>Personale Udstyr Viden Træning/uddannelse</p>		<p><i>Budget/mål</i></p> <p><b>Klinikkens budget og tidsplan?</b></p> <p>Drifts- og likviditetsbudget Klinik- og personalemål</p>		



Kontakt Os!



Har I spørgsmål er I meget velkomne til at ringe eller skrive til os!

- Ole Marker: [om@tdl.dk](mailto:om@tdl.dk)
- Jens Røhme: [jr@porthos.dk](mailto:jr@porthos.dk)
- Niels Kirkebye: [nk@porthos.dk](mailto:nk@porthos.dk)